

Hunter Douglas regroupe ses fabricants européens de tissus de protection solaire sous la marque Mermet

30 janvier 2024 - [Hunter Douglas](#), leader mondial du marché de l'équipement de la fenêtre, a désormais décidé de concevoir, produire et distribuer tous ses tissus de protection solaire en Europe sous une seule et même marque : la marque [Mermet](#) renommée. L'expertise accumulée au fil des décennies par les sociétés Helioscreen et Copaco (Belgique), Mermet (France) et le distributeur Screen Protectors (Espagne) sera consolidée en une collection unique. Les entités de production et de logistique situées dans ces trois pays uniront leurs forces. « *C'est un message important que nous adressons au marché* », souligne John Risman, le nouveau CEO de Hunter Douglas Europe. « *En mutualisant nos atouts, nous nous profilons plus que jamais comme LA référence dans les tissus de protection solaire* ». Hunter Douglas investit 20 millions d'euros dans sa nouvelle marque Mermet.

La nouvelle marque Mermet propose plus que jamais une infinité de solutions, toujours dans le même but : offrir un confort maximal à tous les niveaux, en concevant des tissus de protection solaire qui garantissent un grand confort thermique et optique, tout en optimisant la consommation énergétique. Ces tissus se distinguent en outre par leur longévité et leur facilité d'entretien.

C'est le nom Mermet qui a été choisi comme marque ombrelle en Europe, à l'issue d'une étude de marché approfondie de l'image de marque, en raison de ses multiples atouts tant en Europe que sur les autres continents. La marque Mermet a néanmoins bénéficié d'une refonte complète, qui souligne ses ambitions.

L'essence même de la marque Mermet est remarquablement illustrée par son nouveau slogan : *'The original sunscreen fabric'*. Depuis 1951, les spécialistes de la protection solaire, désormais réunis sous la nouvelle marque, s'acquittent avec brio de leur mission : créer des espaces emplis d'intimité et de sérénité, où il fait bon vivre et travailler. En regroupant leurs forces, les experts de Mermet concrétiseront dorénavant encore mieux cette ambition.

Ambition et investissements

Au lendemain de l'entrée en fonction de Aad Kuiper comme Président et de John Risman comme CEO de Hunter Douglas Europe, l'entreprise est prête à aller de l'avant, en s'appuyant sur des équipes unifiées. « *L'intégration de nos collections en une seule marque illustre parfaitement les ambitions de croissance de Hunter Douglas* », explique John Risman, CEO de Hunter Douglas Europe.

« *En harmonisant notre portefeuille produits, en optimisant notre production et notre distribution, en fédérant nos ressources marketing et R&D, ainsi qu'en mutualisant nos savoirs et expertises, Mermet a pour but ultime de maximiser encore la satisfaction de ses clients, en leur offrant notamment davantage de facilité et de transparence lors du choix.* »

Soutenu par 3G Capital, son actionnaire majoritaire, Hunter Douglas investit une enveloppe de 20 millions d'euros dans l'entreprise et dans la nouvelle marque Mermet. Parmi ces investissements, citons un nouvel entrepôt central de 8.000 m² à Bavikhove (Belgique), un nouveau logiciel et de nouvelles chaînes de production dans les différentes entités de production de France et de Belgique.

Grande première à R+T

La nouvelle collection Mermet de tissus intérieurs de protection solaire sera présentée en avant-première au salon R+T de Stuttgart, qui ouvre ses portes le 19 février prochain. À la fin de l'année 2024, ou au plus tard début 2025, une collection entièrement nouvelle de tissus pour l'extérieur sera lancée, et portera également la marque Mermet. Quant aux tissus pour moustiquaires, ils continueront à être commercialisés sous la marque Copaco.

Les tissus de la nouvelle marque Mermet seront produits et distribués au départ des sites belges (Bavikhove et Lokeren) et français (Les Avenières Veyrins-Thuellin). L'entité espagnole d'Igualada deviendra un centre de distribution additionnel pour la marque Mermet.

François Lacquemanne nommé CEO

François Lacquemanne a été nommé CEO de la nouvelle marque Mermet. Riche de plus de 35 ans d'expérience dans les textiles techniques et le développement commercial au sein de sociétés telles que Porcher Industries, Protection One et Saint Gobain Adfors/Vetrotex, il est devenu en 2009 Directeur Général de l'entreprise française de production de tissus de protection solaire. Mermet avait été acquis quatre ans plus tôt (2005) par Hunter Douglas, qui avait déjà intégré Helioscreen (Belgique) en 1997. Quant à Copaco, l'entreprise a rejoint le groupe en 2019.

« Nos équipes d'experts européens ont gagné la confiance des plus grands fabricants de stores internationaux », explique François Lacquemanne, CEO du nouveau Mermet. « En s'appuyant sur leur expérience, nos équipes conçoivent des tissus de protection solaire de haute qualité, qui sont faciles à entretenir et durent toute la vie. Tous les tissus que nous créons, toutes nos innovations et toutes les décisions que nous prenons partagent le même objectif : offrir à nos clients un confort maximal, à tous les niveaux. Nos tissus, nous les concevons pour les personnes, non pour les bâtiments. Les exigences et souhaits des utilisateurs sont notre boussole. Leur confort et leur bien-être sont notre priorité. Toujours. »

François Lacquemanne assurera la direction de l'équipe de management alternée, composée de représentants des sites situés dans les trois pays. Il sera assisté par Luc Janvier, qui a commencé sa carrière comme Directeur des ventes chez Helioscreen en 1992 et qui est actuellement Directeur Exécutif d'Helioscreen et de Copaco. Riche de son réseau et de sa connaissance approfondie du secteur, Luc est la personne idéale pour assurer l'harmonisation du portefeuille produits et la mutualisation des expertises entre les différentes entités.

« De nombreux autres acteurs de notre marché nous observent avec envie », souligne Luc Janvier, directeur exécutif. « Notre expertise et notre expérience sont sans égal dans ce secteur. Bien sûr, la concurrence ne reste pas inactive. Mais nos équipes conservent une longueur d'avance. Nos experts ont la confiance des plus grands producteurs mondiaux de protections solaires, car ils développent en permanence des tissus de protection solaire de la plus haute qualité. »

À l'avenir, 450 collaborateurs travailleront pour la nouvelle marque Mermet, dont plus de la moitié (250) en Belgique. En 2023, le chiffre d'affaires consolidé des quatre entreprises est d'environ 100 millions d'euros.

--- FIN DU COMMUNIQUÉ DE PRESSE ---

NOUS VOUS INVITONS AU STAND MERMET, AU SALON R+T (19-23 FÉVRIER, STUTTGART)

En votre qualité de journaliste, nous vous invitons cordialement à découvrir la nouvelle gamme Mermet de tissus de protection solaire intérieurs lors du salon R+T, qui se tiendra à Stuttgart du 29 au 23 février. L'équipe Mermet sera heureuse de vous accueillir et de vous fournir de plus amples informations sur la collection et la nouvelle marque. Si vous souhaitez interviewer François Lacquemanne (CEO) ou Luc Janvier, veuillez-en faire la demande avant le 17 février auprès de nele@wavemakers.eu ou au +32 479 59 00 42.

Pour de plus amples informations, des photos ou demandes d'interview, merci d'utiliser les mêmes contacts.

R+T: Landesmesse Stuttgart GmbH, Messepiazza 1, 70629 Stuttgart, Germany, hall 1, stand 1B62.

À propos de Mermet

Mermet est un fabricant européen de tissus de protection solaire, qui fait partie de la société multinationale néerlandaise Hunter Douglas N.V., le leader mondial du marché de l'équipement de la fenêtre. En 2024, quatre marques ont été regroupées sous la nouvelle marque ombrelle Mermet : Copaco (Bavikhove) et Helioscreen (Lokeren) en Belgique, Mermet (Les Avenièrès Veyrins-Thuellin) en France et Screenprotectors (Mataró) en Espagne. Mermet emploie 450 collaborateurs. En 2023, le chiffre d'affaires consolidé des quatre entreprises est d'environ 100 millions d'euros. Plus d'info via www.mermet.eu.com.

